



**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR GAYA
HIDUP DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LIPSTIK BEREFEK *MATTE LONG LASTING*
(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh

FARADILA DWI ANGGISTA SARI

201411430

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2018

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR GAYA
HIDUP DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LIPSTIK BEREFEK *MATTE LONG LASTING*
(Studi Kasus pada Mahasiswi Universitas Muria Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal,.....

Kudus,

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing 1



(Agung Subono, SE., M.Si)

NIDN. 0520017602



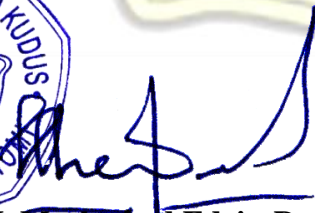
(Dr. Supriyono, SE., MM)

NIDN. 0614037104

Mengetahui,

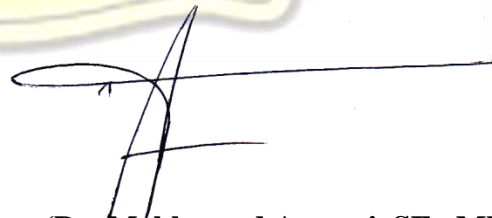
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



(Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM)

NIDN. 0618066201



(Dr. Mokhamad Arwani, SE., MM)

NIDN. 0610057804

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Jangan takut akan keterbatasan, karena keterbatasan adalah awal dari kreatifitas

Orang yang baik bukanlah orang yang tak pernah salah, namun orang yang mau belajar dari kesalahan

Ketika kita merasa telah puas dengan apa yang kita dapat, itu adalah awal dari keterpurukan. Jadi janganlah puas dengan keberhasilan, tapi anggaplah itu sebagai awal yang baik untuk kita

Hiduplah untuk yang berani mati, kegagalan adalah awal dari kesuksesan dan hidup adalah proses. Jadi manfaatkan makna dalam proses hidupmu

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah penulis mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan sehingga dapat terselesaikannya Skripsi ini. Terimakasih penulis persembahkan kepada:

- 1) Teruntuk almarhum Papaku tercinta (Papa Sumadi) dan Mamaku tercinta wanita super hebat (Mama Sri Astuti) serta Kakak-kakaku tersayang (Mbak Fahrída dan Mas Ikul) tak lupa Adikku tercinta (Dek Fillah) karena

atas nasehat, semangat, do'a, serta dukungannya, perhatian dan kasih sayangnya penulis ucapkan terima kasih. Love u.

- 2) Terimakasih penulis persembahkan pula untuk seluruh dosen-dosen pembimbing dan khususnya untuk dosen pembimbingku (Bapak Dr. Supriyono, SE, MM dan Bapak Dr. Mokhammad Arwani, SE, MM) yang telah sabar membimbing dan memberi masukan pada penulis.
- 3) Teruntuk seseorang yang selalu dihatiku yang senantiasa menemaniku, membantuku, dan selalu memberi dukungannya. Semoga engkau menjadi pendamping hidupku.
- 4) Terimakasih untuk seluruh keluarga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Tahun 2014 khususnya teman-temanku kelas F yang senasib seperjuangan. Semoga kita semua menjadi apa yang kita harapkan dan cita-citakan, tetap semangat man teman.
- 5) Serta tak lupa teruntuk JRR Squad sahabat-sahabaku (Mbak Niha, Mbak Lila, Mbak Lia, Riska, Yuli, Winda, Isna). Terimakasih untuk semuanya, selama ini kita jalani kebersamaan dari awal masuk kuliah sampai ada yang udah lulus. Semoga persahabatan kita bisa terjaga sampai tua. Amin..
- 6) Teruntuk Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Gaya Hidup dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Berefek *Matte Long Lasting* (Studi Kasus pada Mahasiswi Universitas Muria Kudus)”**.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada :

1. Kedua orang tuaku yang senantiasa selalu memberikan kasih sayangnya, doa, nasehat, materi, semangat, serta dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Agung Subono, SE.,M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
4. Bapak Dr. Supriyono, SE.,MM, selaku dosen pembimbing yang sudah mau bersabar membimbing saya dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi saya.

5. Dr. Mokhamad Arwani, SE.,MM, selaku dosen pembimbing yang sudah sabar membimbing saya dan memberikan arahan yang baik dalam penyusunan skripsi saya.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah membekali ilmu, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat dan teman-temanku yang selalu memberikan dukungan selama ini.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca umumnya.

Kudus,
Penulis

2018

Faradila Dwi Anggitsta Sari

201411430

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR GAYA
HIDUP DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LIPSTIK BEREFEK *MATTE LONG LASTING*
(Studi Kasus pada Mahasiswi Universitas Muria Kudus)**

FARADILA DWI ANGGISTA SARI
2014-11-430

Pembimbing 1 : Dr. Supriyono, SE.,MM
2 : Dr. Mokhamad Arwani, SE.,MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh faktor Budaya, Sosial, Gaya Hidup dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian lipstik *beretek matte long lasting* pada mahasiswa Universitas Muria Kudus. Objek dalam penelitian ini adalah lipstik *beretek matte long lasting* dengan sampel pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 368 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda disertai dengan uji t (parsial) dan uji F (serempak). Proses perhitungan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 24.0. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa secara parsial seluruh variabel X berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil pengujian secara simultan, seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : budaya, sosial, gaya hidup, psikologis, keputusan pembelian.

THE INFLUENCE FACTOR CULTURAL, FACTOR SOCIAL, FACTOR LIFESTYLE, AND FACTOR PSYCHOLOGICAL ON DECISION OF LIPSTIC PURCHASE EFFECT MATTE LONG LASTING

(Case Study at Student of University of Muria Kudus)

FARADILA DWI ANGGITA SARI
2014-11-430

Advistor 1 : Dr. Supriyono, SE.,MM
2 : Dr. Mokhamad Arwani, SE.,MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF
MANGEMENT**

ABSTRACT

*This study aims to determine the influence of Culture, Social, Lifestyle and Psychological Factors on Decision Purchase of lipstick effect matte long lasting at Muria Kudus University students. The object of this research is lipstick effect of matte long lasting with sample at Muria Kudus University Student. This type of research is quantitative. Sample in this research counted 368 respondents by using purposive sampling technique. The technique of data analysis using multiple linear regression analysis accompanied by *t* test (partial) and *F* test (simultaneously). The calculation process uses the help of SPSS application version 24.0. The results of the test show that partially all *X* variables significantly influence the purchase decision. While the test results simultaneously, all independent variables together have a significant effect on the decision pengebelian.*

Keywords: cultural, social, lifestyle, psychological, purchasing decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	6
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Perilaku Konsumen	10
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	10
2.2 Budaya	13
2.2.1 Pengertian Budaya	13
2.2.2 Indikator Budaya	15

2.3 Sosial	16
2.3.1 Pengertian Sosial	16
2.3.2 Indikator Sosial	17
2.4 Gaya Hidup	18
2.4.1 Pengertian Gaya Hidup	18
2.4.2 Indikator Gaya Hidup	20
2.5 Psikologis	21
2.5.1 Pengertian Psikologis	21
2.5.2 Indikator Psikologis	23
2.6 Keputusan Pembelian	24
2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian	24
2.6.2 Indikator Keputusan Pembelian	25
2.7 Hubungan Antar Variabel	26
2.7.1 Hubungan Kebudayaan dengan Keputusan Pembelian...	26
2.7.2 Hubungan Sosial dengan Keputusan Pembelian	27
2.7.3 Hubungan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian ..	28
2.7.4 Hubungan Psikologis dengan Keputusan Pembelian ...	28
2.7.5 Hubungan Keputusan Pembelian dengan Faktor Kebudayaan, Sosial, Gaya Hidup, dan Psikologis	29
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu	30
2.9 Kerangka Pikir Teoritis	33
2.10 Hipotesis	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	35
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	35
3.2.1 Variabel Penelitian	35
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	36
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.3.1 Jenis Data.....	39
3.3.2 Sumber Data	39
3.4 Populasi dan Sampel	41
3.4.1 Populasi	41
3.4.2 Sampel	42
3.5 Metode Pengumpulan Data	44
3.5.1 Metode angket	44
3.6 Uji Instrumen Penelitian	44
3.6.1 Uji Validitas	44
3.6.2 Uji Reliabilitas	49
3.7 Metode Pengolahan data	50
3.7.1 <i>Scoring</i>	50
3.7.2 <i>Coding</i>	50
3.7.3 <i>Editing</i>	51
3.7.4 <i>Tabulating</i>	51
3.8 Metode Analisis Data	51
3.8.1 Pengujian Hipotesis	53

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lipstick Matte	56
4.1.1 Sejarah Lipstik	56
4.1.2 Profil Lipstik Matte	58
4.1.3 Jenis-jenis Lipstik Mate	58
4.1.4 Kelebihan dan Kekurangan Lipstick Matte	59
4.2 Penyajian Data	60
4.2.1 Karakteristik Identitas Responden	60
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	63
4.2.2.1 Variabel Budaya (X_1)	63
4.2.2.2 Variabel Sosial (X_2)	64
4.2.2.3 Variabel Gaya Hidup (X_3)	66
4.2.2.4 Variabel Psikologi (X_4)	67
4.2.2.5 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	68
4.3 Analisis Data	69
4.3.1 Uji Parsial	71
4.3.2 Uji Berganda	76
4.3.3 <i>Adjusted R Square</i>	78
4.4 Pembahasan	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89

DAFATAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswi UMK angkatan 2011-2017.....	41
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Budaya (X1)	45
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Sosial (X2)	46
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Gaya Hidup (X3)	46
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Psikologis (X4)	47
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y) ...	48
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 3.8 Data Skla <i>Likert</i>	52
Tabel 4.1 Angkatan Masuk Responden	61
Tabel 4.2 Program Studi Responden	62
Tabel 4.3 Frekuensi Variabel Budaya	64
Tebel 4.4 Frekuensi Variabel Sosial	65
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Gaya Hidup	66
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Psikologis	67
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	69
Tabel 4.8 Hasil Regresi	70
Tabel 4.9 Hasil Uji t	72
Tabel 4.10 Hasil Uji F	77
Tabel 4.11 Hasil <i>Ajusted R Square</i>	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Pikir Teoritis	33
--	----

